

Capitulo 3
LA PERCEPCIÓN

3.1 Percepción

En el análisis semiótico de un objeto ordinario diseñado es necesario tener conocimiento tanto del objeto como del intérprete de ese objeto.

Para entender cómo el sujeto se relaciona con el objeto, revisaremos algunas propuestas procedentes de diferentes disciplinas como la psicología, la antropología y la fenomenología, en ellas se expondrán ideas del cómo las personas abordan su mundo objetual; además identificaremos cómo los elementos presentes en el objeto, como el color, la textura, el peso, etc. Influyen en la percepción del mismo. A partir de lo que observemos en esas propuestas y los elementos identificados construiremos nuestra propuesta para aplicarla en el análisis del estudio de caso

Iniciamos exponiendo el proceso de percepción y para ello nos remitiremos a la teoría de la Gestalt; y como sabemos, esta postula que el sujeto, en las primeras impresiones, capta el conjunto de estímulos que actúan sobre sus receptores como un todo; primero ve el triángulo antes que cada uno de los elementos que los forman. El patrón completo de estimulación producido por el objeto es la causa de la percepción de las características del objeto, más que a la estimulación correspondiente de las partes individuales; postula también que la forma completa es algo más que la simple suma de sus partes.

Por otro lado, la fenomenología de la percepción nos advierte que cualquier percepción de la realidad es parcial, por más que nos esforcemos, el objeto de nuestra observación posee facetas que nos va a ser imposible percibir de manera

completa⁴². Si aceptamos esto, entonces debemos admitir que el objeto es captado en sus elementos, fragmentado, y la estructura percibida se despliega a través de un recorrido del punto de vista aplicado al objeto.

Abraham Moles, al describir el proceso de percepción, no como una imagen fija sino como un proceso dinámico para captar las cualidades del objeto utiliza el término *escudriñar (scanning)*.

Jacques Fontanille coincide con Moles en que el proceso de percepción es dinámico y tomando en cuenta la imperfección de la percepción, añade que ésta es condicionada, es decir, que el sujeto en el proceso de percibir es orientado a ver algo específico del objeto y lo expone al hablar del concepto de *punto de vista*⁴³. También indica que la misma parcialidad de la percepción nos puede inducir a dos estrategias de recorrido o escudriñamiento: uno, en el que el sujeto acumula diferentes aspectos del objeto al moverse alrededor del mismo y probar organizarlos en alguna secuencia sucesiva y tratar de conservarlos en la memoria; o bien, buscar optimizar la percepción al distinguir el aspecto más típico para reorganizar el objeto alrededor de él. En ambos, el objeto es fragmentado y rearmado posteriormente.

El *punto de vista* resulta ser aquel en el que el sujeto y el objeto se encuentran en una posición espacial relativa de máximo rendimiento para la percepción; el sujeto organizando el objeto subjetivamente y la estructura mereológica del objeto forzando la posición del sujeto⁴⁴.

Lo que le permite al punto de vista significar está determinado porque en

⁴² Carterette, Edgard C.. *Manual de percepción*. México, D. F.: Ed. Trillas, 1982. p 410

⁴³ Fontanille, Jacques. "El retorno al punto de vista" *Morphe* 9-10 Julio '93-Junio '94. p. 37-41

⁴⁴ Idem.

este proceso se da una interacción imperfecta, por un lado el objeto siempre se presentará incompleto, y por otro lado estarán las restricciones de competencia del sujeto, a un mismo objeto, diferentes personas lo verán diferente. Un objeto de madera fabricado en los años 20's, para un anticuario será una pieza de colección, para un carpintero una muestra de la maestría de su constructor y para alguien que lo heredo será el medio para recordar a sus ancestros,

En el sujeto el proceso de percepción esta influido por motivos humanos generados en el desarrollo de su persona y el proceso cognoscitivo. De este proceso resultan las creencias y valores, que son estructuras que nos ayudan a expresar y modular vínculos y propósitos. Estos en conjunto conforman una visión de la realidad y un uso del mundo.

Las creencias, transformadas en pautas, normas y técnicas dependen de las condiciones naturales, de nuestras capacidades como especie, están circunscritas por las condiciones materiales de existencia y son resultado de las tensiones presentes en las condiciones sociales de producción y de reproducción de sentido. Las creencias son argumentos operativos ante los hechos para juzgarlos, afiliarse a ellos y confiar o actuar con certeza en el mundo⁴⁵. Se generan y actúan restringidas en el tiempo y el espacio y en el contexto determinado por un escenario, como lo menciona Iuri Lotman con respecto a los códigos, están relacionadas a comunidades específicas, y éste escenario es el de la comunidad a la que se pertenece y puede determinarse como: el bioma donde vivimos, que puede ser la costa, por ejemplo, allí los avíos de pesca tienen un valor particular que une a los

⁴⁵ Martín Juez, Fernando. *Contribuciones para una antropología del diseño*. México, D. F.: Ed. Gedisa, 2002. p 60

habitantes costeros con el mar como fuente de sustento; el Estado donde pervivimos, en Japón, un país con pocos recursos, la austeridad ha predominado como principio básico en gran parte del *diseño*; otro contexto donde se generan pautas que influyen en los individuos puede ser el de un grupo étnico, por ejemplo, para muchos indígenas de México, *situados* en la región subtropical, la profusión en el uso del color es una cualidad muy arraigada en la construcción y adorno de sus productos; en una institución *académica* o gremial, como una universidad, se pueden generar vínculos entre los maestros y estudiantes con respecto a las instalaciones de su Alma Mater y no manifestarse con las de otra universidad; o en el colectivo al que nos afiliemos; que puede ser religioso, político o corporativo, allí se generarán una serie de normas o creencias *manifiestas* en objetos que le darán cohesión al grupo de individuos. En cada uno de estos escenarios se dan los modos de calificar, definir, y hasta crear objetos restringidos por las creencias propias de cada comunidad.

La percepción también está influenciada desde el objeto. Desde la infancia la simple manipulación de los objetos va formando la experiencia individual y colectiva de las cualidades de la materia: el color, olor, elasticidad al tacto, incluso su sabor; así como su comportamiento ante las leyes físicas del movimiento, las transformaciones de energía que presenta o los efectos de los campos de fuerza. El conocimiento del mundo, y de los objetos por lo tanto, dirige el proceso de percepción de la gente y afecta su expectativa. Si lo que la gente espera de un objeto se corrobora con la retroalimentación positiva, se refuerzan esas expectativas y en consecuencia se induce a la gente a actuar de acuerdo a ellas. Edmund Husserl

llamó a esto *intencionalidad de la percepción*⁴⁶. Este concepto es similar al concepto de Gibson en su teoría psicológica y al que llama *percepción de una propuesta*⁴⁷. Gibson postula que los objetos poseen cualidades perceptibles que proponen algo específico cuando son percibidos, por ejemplo, un producto puede proponer que sea usado para sentarse. Esto concuerda con lo que dice Humberto Eco acerca de los objetos "...otros son objetos producidos primordialmente para desempeñar determinadas funciones prácticas. Estos se entienden... como formas que estimulan o permiten determinada función precisamente porque su forma sugiere (y por lo tanto 'significa') esa posible función. Existe una diferencia entre la orden / ¡siéntate! / y la forma de una silla que no sólo permite ciertas funciones sino que además las 'induce' pero...pueden considerarse desde el mismo ángulo semiótico."⁴⁸

La aportación de Gibson es que en *la propuesta* no sólo identifica funciones, sino que también se perciben significados. Nos dice que la percepción del producto es inseparable de la percepción del significado y esto se observa en la forma del producto, en su configuración.

La superficie de los objetos constituye, en si misma, un universo en donde se concentra mucho de lo significativo para el sujeto de la percepción⁴⁹. El equipo sensorial, puesto al servicio de un aparato para transformar las sensaciones en símbolos, es el canal que relaciona al objeto con el sujeto. Este equipo sensorial funciona a varios niveles y del conjunto de estímulos, algunos requieren una ma-

⁴⁶ Vihma, Sussan. Op. cit. nota 16. p. 47

⁴⁷ Gibson, James J. *El mito de la percepción pasiva*. Hilldale:Ed. L.E. Asociados. 1976. p. 397

⁴⁸ Eco, Umberto, op. cit. nota 18 p. 303

⁴⁹ Manzini, Ezio. *La material de la invención*. Barcelona: Ed. CEAC. 1993. p. 194

yor intervención de la interpretación, como el reconocimiento de la forma (aquel que nos lleva a decir que el objeto “es cúbico”) mientras que otros como la percepción del color o el de la consistencia táctil requieren una menor intervención, esto es, están conectados a una relación de proximidad más directa; favorecen una relación de proximidad con el objeto, tanto en el sentido estricto (exigen un contacto físico, sea este la presión al no poder penetrar el objeto o la interacción de partículas lumínicas en los canales visuales, o partículas de los materiales en los canales olfativos o del gusto o vibraciones en el aire en el canal auditivo) como en el amplio, pues en el proceso de elaboración de mensajes sensoriales el color es más próximo al objeto que la forma.

Como en los albores de la creación el color de los objetos estaba vinculado al de los materiales de manufactura y las sustancias colorantes disponibles en la vecindad de la comunidad, en consecuencia, se lograron formar culturas de color específicas por diversas etnias o comunidades nacionales; cada una con sus pro-



Figura 14. El color como referencia de la comunidad étnica.
pías jerarquías, con las atribuciones de valores simbólicos distintos a los distintos colores⁵⁰.

La cultura cromática actual, con una gran producción de colores sintéticos, y expuesta a una circulación de patrones externos que se superponen a los patrones locales, presenta rasgos comunes y aspectos de singularidad local. En ella

⁵⁰ Manzini, Ezio. Op.cit. p. 195

conviven elementos de estabilidad (colores que tienden a permanecer como base constante en el tiempo) y elementos dinámicos (colores nuevos que se integran al campo de aceptabilidad, otros colores salen de ella).

En la práctica, la aplicación del color no admite justificaciones racionales o explicaciones lógicas (salvo los casos en que posee una motivación funcional) la única posibilidad reside en elaborar una estrategia basándose en una lectura fenomenológica de la realidad (esto es, de las orientaciones en las elecciones colectivas) y las dinámicas evolutivas.

Reconocer una tendencia y ponerse en dialéctica con ella es la única actitud no puramente intuitiva que el proyectista puede asumir en las confrontaciones de la variable cromática. “la tendencia” indica hacia una cierta fecha, vale para el tiempo de ahora hasta entonces, es una nueva forma que materializa la expectativa de un objeto coordinado tanto por las necesidades subjetivas como por los medios objetivos.



Figura 15. El color como postura dialéctica. En este caso J. Ive se reveló a seguir diseñando en color beige

El tacto es el sentido más analítico, los mensajes que envía constituyen un subfondo a nuestro sistema de representaciones, no se convierte en imagen⁵¹. El tacto corpóreo se refiere al bienestar y a la inserción en el espacio. Pueden susti-

⁵¹ Ibidem., p. 197

tuir a la vista en el sentido de posibilitar al sujeto formarse una imagen del objeto cuando llega a combinar sus capacidades – las del tacto- de análisis puntual con la movilidad de la mano explorando la superficie o el volumen con una operación comparable al escudriñamiento o escaneo.

El peso de un objeto es otra de las cualidades perceptibles que resultan muy significativas al grado que en algunos artículos,

aun cuando su peso físico realmente puede ser mínimo se busca el mecanismo para que la percepción del mismo resulte exagerado, pongamos el caso del trono de un rey, una exigencia simbólica es de que este debe ser imponente y regularmente para lograr

esta percepción se busca que sea (o al menos pareciera) pesado. Esto también se presenta en muchos objetos más comunes y funcionales, desde bolígrafos o relojes de pulsera, en los que, al igual que el trono de un rey, el valor simbólico es una función muy importante.

Cabe aclarar que la relación peso = importancia cambia de cultura en cultura. Para grupos en los que la movilidad de los objetos con los que interactúan es una necesidad, la ligereza es el valor que dicta la selección de los objetos deseables. Pero en la cultura occidental el valor del peso del objeto está relacionado con la solidez, resistencia, seguridad, calidad, durabilidad y confiabilidad (hasta para ser usado como arma) y esto raramente es negado y se hace manifiesto en la gran cantidad de objetos en nuestro ambiente objetual.



Figura 16. El uso del peso (metal) como signo de importancia.

La percepción del tiempo a través del objeto se materializa en algunos signos de transformación de la superficie: la corrosión, oxidación, abrasión, agrietamiento, ataques biológicos por parte de diversos organismos o daños causados por el uso, estos signos atestiguan la vida del objeto y la forma en que ha interactuado con el ambiente circundante. Sin embargo cabe aclarar que la degradación del objeto puede percibirse en un plano estrictamente técnico o desde una perspectiva cultural⁵². Mientras que en el plano técnico la degradación sólo es aceptada dentro de parámetros establecidos por el diseñador al momento de proyectar, fuera de estos rangos el objeto es considerado obsoleto-no funcional y que debe ser desechado y sustituido por uno que cumpla con los parámetros de diseño; en el plano cultural, la aceptación de la degradación corre por caminos diferentes. Que el objeto se vea “como nuevo”, sin lugar a dudas, es una cualidad deseable y altamente apreciada, sin embargo no todos los objetos responden igual a la ecuación degradación = menos-precio. En algunos objetos, -prácticamente todos los de consumismo, que por cierto resultan estar hechos de los materiales más recientes-, la expectativa de que



Figura 17.
Degradación = dignidad

sean y se conserven con una apariencia de “como nuevos” es tal que al perderla son considerados basura, desechables; en cambio en otros, a los que se les asigna un valor sentimental o patrimonial, el envejecimiento les confiere un nuevo valor “la pátina del tiempo” que, al contrario, los enriquece en significado.

Conociendo los recursos técnicos y materiales de una comunidad se da una

⁵² Ibidem., p. 193

idea parcial del porqué los objetos de esa comunidad son como son, sin embargo, podemos comprender más acerca de ese objeto si logramos conocer porqué ciertas materias primas, técnicas de transformación, formas y usos son privilegiados o seleccionados y no otros también disponibles en ese momento y en el mismo lugar⁵³.

Ciertos objetos producen la ilusión de seguridad y amparo, de abundancia, progreso y opulencia, no importa que los objetos sean equivalentes en utilidad cada diseño viene caracterizado- a veces tan sólo por pequeñas variantes en su aspecto formal- el objeto está configurado para pensarse de determinada manera, para decirnos que posición ocupamos en la escala social, recordamos propósitos, compromisos y obligaciones.

El espacio es un continuo, si distinguimos diferencias en él es porque nosotros mismos las hacemos, las aprendemos y transmitimos. Los espacios y los bordes entre entidades son producciones culturales. Ciertos límites son fácilmente identificables y otros son indistinguibles para algunos, esta imprecisión hace preferible cambiar el término a "gradiente" pues es un concepto más dinámico.

El objeto es un espacio cualificado. Esta caracterización considera a un diseño cualquiera como una entidad discernible cargada de atributos, vinculada, a través de sus partes o componentes a otros objetos y eventos. Las agrupaciones funcionales llamadas áreas de pautas del objeto caracterizan un diseño como una unidad (al interior) y determinan su desempeño en relación con el contexto (al exterior)⁵⁴.

⁵³ Martín Juez. *Contribuciones para una antropología del diseño*. p. 66

⁵⁴ *Ibidem*, p. 84

Las áreas de pautas de un objeto pueden clasificarse como principal y secundaria o secundarias. El área de pautas principales resultaría ser aquella que permite llevar a cabo la función primordial para el que fue creado el objeto. En unas tijeras, por ejemplo, la caracteriza como área de pautas principal las hojas articulada por el fulcro o punto de giro que posibilita hacer cizalla y cortar los materiales y como áreas de pautas secundarias los brazos después del fulcro, los orificios para introducir los dedos de la mano (dos áreas de pautas secundarias)



Figura 18. Areas de pautas en tijeras.

Hay una gran cantidad de objetos simples que poseen únicamente área de pautas principal: una liga, un clip, una escalerilla y otros como un cincel, un abatelenguas o un clavo que los caracteriza como áreas de pautas principal, la forma y la consistencia del extremo que lleva a cabo la acción principal y la sección que da oportunidad de sujetar el objeto, aun cuando es un área de pautas secundaria, es determinante, pues sin ella el área de pautas principal resulta inútil.

Cada área de pautas, principal o secundaria, nos indica un propósito y prescribe una relación. Es como un verbo: la parte de la oración que indica un proceso, una acción o un estado que orienta una actitud y nos señala una manipulación peculiar⁵⁵.

Las áreas de pautas secundarias presentan algunas características generales: Las más ligadas a la principal son definidas por la parte corporal del usuario que utiliza el objeto. Estas suelen ser producto de la relación con otros utensilios o

⁵⁵ Ibidem, p. 87

que utiliza el objeto. Estas suelen ser producto de la relación con otros utensilios o con otras modalidades de uso. Mientras que el innovador trabaja sobre las áreas de pautas principales, el artista y el diseñador trabajan sobre las áreas de pautas secundarias. Cada área de pautas incluye significados peculiares y evocaciones diversas, es decir, metáforas.

Las metáforas pueden ser de orden natural o de orden cultural. Las primeras se refieren a eventos, objetos e ideas posibles en el mundo físico y biológico como: brazos, mandíbulas, dientes, hojas, troncos, alas, nacer, morir; las de orden cultural o comunitarias hacen referencia a construcciones imaginarias que son ex-

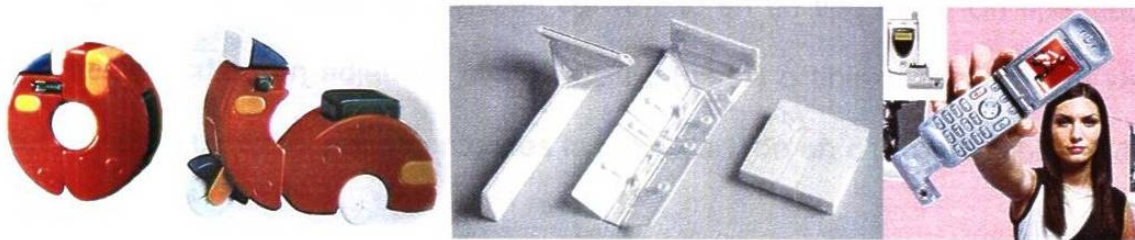


Figura 19. Metáforas culturales de evolución. clusivas de lo humano y sus formaciones culturales como: la evolución, progreso, inteligencia, aprendizaje o animismo.

Los objetos además de ser satisfactores de necesidades básicas también son metáforas de orden colectivo y personal que determinan con su carga de sentidos la construcción de verosímiles, creencias e instituciones y de relaciones entre cada uno de nosotros y con nosotros mismos.

Otro elemento que proporciona medios para un análisis es la identidad de un producto de diseño que se puede formar por tres vías, puede ser enfocada desde tres tipos de información: 1. La información acerca de su existencia: existir como un objeto material, el producto expresa (anuncia) "aquí hay una cosa". 2. La información acerca del origen: el producto informa de su diseñador, fabricante,

país y cultura. 3. La información acerca de la calidad: el producto informa de su función, uso y mantenimiento.

Una manera de describir un objeto diseñado es desde la forma de su tipo ideal, el cual no puede ser reducido solamente a su construcción y técnica. Tampoco el tipo ideal es la suma de sus funciones prácticas. Por ejemplo, el tipo ideal de una jarra puede ser caracterizado en base a su cualidad de jarra. La jarra "más jarra" será la que más se acerca a un tipo de jarra ideal. Un tipo ideal representa las cualidades características de un grupo de productos (tasas, jarra, radios). El tipo ideal puede ser una forma establecida, como las bombillas eléctricas. Un detalle de un producto puede ser también convertido en un tipo ideal. Un tipo ideal puede ser descrito con adjetivos como rapidez (carro) o tibieza (abrigo). Un carácter típico de un tipo ideal es entonces la velocidad (de un carro) y la tibieza (de un abrigo).

Un automóvil lento se aleja del tipo ideal del carro y es "menos carro"; un abrigo que es poco cálido se aleja del tipo ideal del abrigo y es "menos abrigo".

Un producto puede hacer referencia a un tipo ideal y, al mismo tiempo, hacer referencia específica a otro campo. Por ejemplo, un reloj de alta tecnología hace referencia a la cualidad de reloj y, al mismo tiempo, al alto desarrollo y complejidad técnica en la cual mecanismos y muchos detalles pequeños son apreciados por expertos.

Un objeto diseñado está a la vista de todos, es perceptible, es evidente, y es sujeto de una promoción, y en este sentido puede llegar a convertirse en un producto célebre, un modelo a imitar, sobre todo si es usado por personajes famosos o por personas históricas. Objetos como estos, de igual manera, pueden for-

mar un estilo. A través de estilos, los productos son asociados a personas, ambientes y modos de vida. La forma de los productos modelos puede igualmente ser usada en objetos cotidianos y en objetos de producción masiva. Productos extraordinarios, tecnológicamente nuevos y complejos como una nave espacial o un carro de carreras son usados como productos modelos e influyen en el diseño de productos pequeños y más comunes. Los productos modelos funcionan como paradigmas formales y su estilo se transmite, de manera que un producto puede seguir tendencias de moda. Un objeto modelo impresiona porque la gente misma se identifica con una tendencia de desarrollo que supone añade valor a quien se integra a ella.

El entorno en el cual se ubica un objeto determina a dicho objeto de alguna manera. Cuando el entorno cambia, un producto en ese entorno debe cambiar también y en la misma dirección. Cuando, por ejemplo, una cocina es transformada en una más espaciosa y de un ambiente de trabajo más sofisticado todos sus muebles se ajustan a ese cambio, incluso sucede que los diferentes utensilios de cocina, como la estufa, el refrigerador, los gabinetes, el fregadero y la vajilla se diseñan de acuerdo con la nueva línea y la cocina termina ajustada al nuevo ambiente.

La percepción de una silla cambia cuando ésta es movida de la cocina a la sala. A diferencia de la silla de la cocina, la silla de la sala no es utilizada necesariamente para sentarse, sino que está para significar relajación, está para mostrar y ejemplificar la decoración interior de una habitación; las diferentes formas de una bolsa "de noche" y de una bolsa "de compras" no dependen del uso práctico de cada una de ellas. El entorno, los lugares (habitaciones) y las ocasiones en los

cuales el objeto es usado influyen en la configuración del objeto. Especialmente en situaciones sociales, la gente requiere tener actitudes específicas o sensibilidad para comportarse (funcionar) de manera adecuada. En esas situaciones los productos usados deben ajustarse a cada ocasión, y como los objetos desempeñan un “uso social”, una persona debe conocer las reglas del juego para ser hábil en la elección del producto correcto, pues el producto forma parte del juego.

Los productos adecuados a un propósito tienen significados simbólicos basados en hábitos convencionales y patrones de hábitos. Una silla puede tener una sobredosis de significado simbólico, como el caso de un trono o el de una silla presidencial, y esta puede ser enfatizada por su colocación en la habitación. En el pasado se pensaba que un trono con detalles con forma de animal transfería poderes mágicos. Se suponía que el poder era transferido a través de las formas a la persona sentada en el trono. Hoy en día existen productos con detalles similares, pero han perdido su significado simbólico y se les dan nuevos significados.